



国际时尚设计丛书·服装

世界上最具影响力的 服装设计师

【美】诺埃尔·帕洛莫·乐文斯基◎著
周 梦 郑姗姗◎译

时尚界偶像级设计师之间的关系与他们的不朽遗产

 中国纺织出版社

国际时尚设计丛书·服装

世界上最具影响力的
服装设计师

时装界偶像级设计师之间的关系与他们的不朽遗产

[美] 诺埃尔·帕洛莫·乐文斯基 著
周 梦 郑姗姗 译

 中国纺织出版社

世界上最具影响力的

服装设计师



Madame Grès, 1937
格蕾夫人, 1937年



Issey Miyake, 2002
三宅一生, 2002年

内 容 提 要

书中介绍了世界上最具影响力的50位时装设计师,以及他们在时尚界的影响力和对服装设计的独特认识及贡献,同时讲解了设计师们灵感的来源,以及他们在工作是如何深刻影响其他设计师的。本书旨在帮助学生和时装爱好者们认知当下以及预见未来服装设计之路。

原文书名: THE WORLD'S MOST INFLUENTIAL
FASHION DESIGNERS

原作者名: Noël Palomo-Lovinski

Copyright © 2010 Quarto Publishing plc All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted, in any form or by any means.

本书中文简体版经Quarto Publishing plc授权,由中国纺织出版社独家出版发行。

本书内容未经出版者书面许可,不得以任何方式或任何手段复制、转载或刊登。

著作权合同登记号: 图字: 01-2011-4029

图书在版编目(CIP)数据

世界上最具影响力的服装设计师 / (美) 乐文斯基著; 周梦, 郑姗姗译. —北京: 中国纺织出版社, 2014.1

(国际时尚设计丛书·服装)

书名原文: The world's most influential fashion designers

ISBN 978-7-5064-9854-8

I. ①世… II. ①乐… ②周… ③郑… III. ①服装设计—鉴赏—世界 IV. ①TS941.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第140464号

策划编辑: 华长印
特约编辑: 温月芳
责任校对: 楼旭红
责任印制: 何 艳

责任编辑: 宗 静
版权编辑: 徐屹然
责任设计: 何 建

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京市朝阳区百子湾东里A407号楼

邮政编码: 100124

邮购电话: 010—67004461 传真: 010—87155801

http://www.c-textilep.com

E-mail: faxing@c-textilep.com

北京利丰雅高长城印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2014年1月第1版第1次印刷

开本: 787×1092 1/12 印张: 16

字数: 283千字 定价: 88.00元

目录

内容简介	6
服装行业简史	8
第一章	
名人设计师	10
保罗·波烈 (Paul Poiret)	12
卡尔·拉格菲尔德 (Karl Lagerfeld)	16
拉尔夫·劳伦 (Ralph Lauren)	20
卡尔文·克莱恩 (Calvin Klein)	22
汤姆·福特 (Tom Ford)	26
艾萨克·麦兹拉西 (Isaac Mizrahi)	28
第二章	
为新一代人重新定义女性的设计师	30
可可·夏奈尔 (Coco Chanel)	32
阿德里安 (Adrian)	36
克里斯汀·迪奥 (Christian Dior)	40
克莱尔·麦卡德尔 (Claire McCardell)	44
侯司顿 (Halston)	48
玛丽·昆特 (Mary Quant)	52
乔治·阿玛尼 (Giorgio Armani)	54
伊夫·圣·洛朗 (Yves Saint Laurent)	58
阿瑟丁·阿拉亚 (Azzedine Alaïa)	62
唐娜·凯伦 (Donna Karan)	66
缪西娅·普拉达 (Miuccia Prada)	68
克劳德·蒙塔那 (Claude Montana)	72
让·保罗·高缇耶 (Jean Paul Gaultier)	74
安·迪穆拉米斯特 (Ann Demeulemeester)	78
马克·雅可布 (Marc Jacobs)	80
斯特拉·麦卡特尼 (Stella McCartney)	84

第三章

工匠型设计师

86
88
90
94
98
102
106
110
112
114
118

第四章

未来主义设计师

120
122
124
128
130
134

第五章

现代主义与后现代主义设计师

138
140
144
148
150
152
154
158

第六章

概念型设计师

160
162
166
170
174
178
182

附录

参考书目

后记

186

190

192

世界上最具影响力的

服装设计师



Madame Grès, 1937
格蕾夫人, 1937年



Issey Miyake, 2002
三宅一生, 2002年

国际时尚设计丛书·服装

世界上最具影响力的
服装设计师

时装界偶像级设计师之间的关系与他们的不朽遗产

[美] 诺埃尔·帕洛莫·乐文斯基 著
周 梦 郑姗姗 译

 中国纺织出版社

内 容 提 要

书中介绍了世界上最具影响力的50位时装设计师,以及他们在时尚界的影响力和对服装设计的独特认识及贡献,同时讲解了设计师们灵感的来源,以及他们在工作是如何深刻影响其他设计师的。本书旨在帮助学生和时装爱好者们认知当下以及预见未来服装设计之路。

原文书名: THE WORLD' S MOST INFLUENTIAL
FASHION DESIGNERS

原作者名: Noël Palomo-Lovinski

Copyright © 2010 Quarto Publishing plc All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted, in any form or by any means.

本书中文简体版经Quarto Publishing plc授权,由中国纺织出版社独家出版发行。

本书内容未经出版者书面许可,不得以任何方式或任何手段复制、转载或刊登。

著作权合同登记号: 图字: 01-2011-4029

图书在版编目(CIP)数据

世界上最具影响力的服装设计师 / (美) 乐文斯基著; 周梦, 郑姗姗译. —北京: 中国纺织出版社, 2014.1

(国际时尚设计丛书·服装)

书名原文: The world' s most influential fashion designers

ISBN 978-7-5064-9854-8

I. ①世… II. ①乐… ②周… ③郑… III. ①服装设计—鉴赏—世界 IV. ①TS941.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 140464 号

策划编辑: 华长印
特约编辑: 温月芳
责任校对: 楼旭红
责任印制: 何 艳

责任编辑: 宗 静
版权编辑: 徐屹然
责任设计: 何 建

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京市朝阳区百子湾东里A407号楼

邮政编码: 100124

邮购电话: 010—67004461 传真: 010—87155801

http://www.c-textilep.com

E-mail: faxing@c-textilep.com

北京利丰雅高长城印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2014年1月第1版第1次印刷

开本: 787×1092 1/12 印张: 16

字数: 283千字 定价: 88.00元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社图书营销中心调换

目录

内容简介	6
服装行业简史	8
第一章	
名人设计师	10
保罗·波烈 (Paul Poiret)	12
卡尔·拉格菲尔德 (Karl Lagerfeld)	16
拉尔夫·劳伦 (Ralph Lauren)	20
卡尔文·克莱恩 (Calvin Klein)	22
汤姆·福特 (Tom Ford)	26
艾萨克·麦兹拉西 (Isaac Mizrahi)	28
第二章	
为新一代人重新定义女性的设计师	30
可可·夏奈尔 (Coco Chanel)	32
阿德里安 (Adrian)	36
克里斯汀·迪奥 (Christian Dior)	40
克莱尔·麦卡德尔 (Claire McCardell)	44
侯司顿 (Halston)	48
玛丽·昆特 (Mary Quant)	52
乔治·阿玛尼 (Giorgio Armani)	54
伊夫·圣·洛朗 (Yves Saint Laurent)	58
阿瑟丁·阿拉亚 (Azzedine Alaïa)	62
唐娜·凯伦 (Donna Karan)	66
缪西娅·普拉达 (Miuccia Prada)	68
克劳德·蒙塔那 (Claude Montana)	72
让·保罗·高缇耶 (Jean Paul Gaultier)	74
安·迪穆拉米斯特 (Ann Demeulemeester)	78
马克·雅可布 (Marc Jacobs)	80
斯特拉·麦卡特尼 (Stella McCartney)	84

第三章

工匠型设计师

马利亚诺·福图尼 (Mariano Fortuny)	88
马德琳·维奥内特 (Madeleine Vionnet)	90
克利斯托巴尔·巴伦夏加 (Cristóbal Balenciaga)	94
格蕾夫人 (Madame Grès)	98
三宅一生 (Issey Miyake)	102
山本耀司 (Yohji Yamamoto)	106
罗密欧·吉利 (Romeo Gigli)	110
克里斯汀·拉夸 (Christian Lacroix)	112
德赖斯·范诺顿 (Dries Van Noten)	114
弗朗西斯科·科斯塔 (Francisco Costa)	118

第四章

未来主义设计师

皮尔·卡丹 (Pierre Cardin)	122
鲁迪·吉恩莱希 (Rudi Gernreich)	124
安德莱·克莱究 (André Courrèges)	128
蒂埃里·穆勒 (Thierry Mugler)	130
尼古拉·盖斯奇埃尔 (Nicolas Ghesquière)	134

第五章

现代主义与后现代主义设计师

薇薇恩·韦斯特伍德 (Vivienne Westwood)	140
吉尔·桑德 (Jil Sander)	144
詹尼·范思哲 (Gianni Versace)	148
凯瑟琳·哈姆尼特 (Katharine Hamnett)	150
海尔姆特·朗 (Helmut Lang)	152
约翰·加利亚诺 (John Galiano)	154
纳西索·罗德里格斯 (Narciso Rodriguez)	158

第六章

概念型设计师

艾尔莎·夏帕瑞丽 (Elsa Schiaparelli)	162
川久保玲 (Rei Kawakubo)	166
马丁·马吉拉 (Martin Margiela)	170
亚历山大·麦昆 (Alexander McQueen)	174
维克托·霍斯廷和罗尔夫·斯诺伦 (维果罗夫) (Viktor & Rolf)	178
侯赛因·卡拉扬 (Hussein Chalayan)	182

附录

参考书目

后记

内容简介

本书旨在帮助学生和服装爱好者们畅游历史，认知当下以及预见未来服装设计的方向。在今天这个服装业蓬勃发展的时代，伴随着科技进步、可持续发展和推崇个性而产生的诸多理念，推动着21世纪的服装界创新不止。

服装的社会范畴

对于研究服装设计的人而言，在由身份认知、表现力和创造力构成的社会学框架内审视服装行业是很重要的。只有探究和理解设计师表达的设计理念，才能够真正欣赏他们的作品。社会生活赋予了服装与时装设计重大的意义，技巧娴熟、拥有敏锐商业洞察力以及不断探索的设计师才会深受人们的欢迎。

风格的创新者

设计师在短暂的时间、有限的设计领域里创新无限。服装业瞬息万变的特性，意味着它能够反映政治、艺术和文化等诸多领域每时每刻的变化，以及经得起历史考验的时代精神。为了能在服装趋势不断变化的业界立足，许多设计师均确定了他们一贯的个人风格和品牌形象。这些品牌的特性使消费者得以甄

别出与自己的着装风格契合、能够体现他们个人品位的设计师，并将自己与这些设计师之间建立联系。

本书根据设计师的不同风格类型来划分章节。每个章节记述了一组风格近似的设计师，以帮助读者理解那些服装行业中复杂微妙的平衡架构。之所以选中这些设计师，是因为他们不仅改变了服装界的面貌，并且他们取得成就的方式别具新意和建设性，值得设计者们去借鉴。

出发点

受篇幅所限，许多本该在时尚舞台上占据一席之地的设计师和高级定制师在本书中并未提及。但本书为读者提供了一个在更广阔的时尚界徜徉的基点。

本书架构

书中讲述了世界上50位设计师的设计风格、作品特征以及当时服装的潮流变迁。全书包括6个章节。

第二章 工匠型设计师	
服装与流行时尚有着密切联系。近几十年来，工业制造技术日新月异，设计师们不断尝试新的设计理念，将艺术与技术相结合，创造出新的时尚潮流。在这一过程中，工匠型设计师扮演着至关重要的角色。他们不仅关注服装的外观，更注重服装的内在品质，如面料的选择、工艺的精湛以及细节的处理。本章将介绍几位具有代表性的工匠型设计师，探讨他们的设计理念、创作过程以及其对后世的影响。	本章将介绍几位具有代表性的工匠型设计师，探讨他们的设计理念、创作过程以及其对后世的影响。
设计师 设计师是服装设计的灵魂，他们通过自己的创意和才华，将抽象的设计理念转化为具体的服装作品。本章将介绍几位具有代表性的设计师，包括他们的生平经历、设计理念以及代表作品。通过了解这些设计师，我们可以更好地理解服装设计的多样性和创造性。	设计师 设计师是服装设计的灵魂，他们通过自己的创意和才华，将抽象的设计理念转化为具体的服装作品。本章将介绍几位具有代表性的设计师，包括他们的生平经历、设计理念以及代表作品。通过了解这些设计师，我们可以更好地理解服装设计的多样性和创造性。

每一章节讲述了服装设计发展史上的重大变迁。

同一章节内设计师按照出生时间的先后顺序编排。

每一章节以主题讨论的短文开始，为本章的论述提供背景资料。

三宅一生 (Issey Miyake)

三宅一生是日本著名的服装设计师，以其独特的设计风格和精湛的工艺而闻名。他的作品常常融合传统与现代元素，展现出一种简约而富有层次感的美感。本章将详细介绍三宅一生的设计理念、创作过程以及他对日本乃至世界时尚界的影响。

展示了该设计师的主要设计作品，配图及说明，讲解作品的灵感来源和产生的影响。

- 灵感溯源：影响、塑造设计师作品的主要因素。
- 大事记：该设计师人生重大事件的时间表。
- 启迪意义：该设计师的作品对其他设计师的启迪。

内容讲述了设计师对服装发展所做的贡献。

该设计师相关作品插图，以及受其影响的其他设计师的作品。

三宅一生

三宅一生是日本著名的服装设计师，以其独特的设计风格和精湛的工艺而闻名。他的作品常常融合传统与现代元素，展现出一种简约而富有层次感的美感。本章将详细介绍三宅一生的设计理念、创作过程以及他对日本乃至世界时尚界的影响。

服装行业简史

↓ 沃斯工作室

查尔斯·弗雷德里克·沃斯是首位引导消费者的高级定制师，并成为当时女性时装领域的绝对权威，他促进了时装设计的发展，同时确立了“模特”的选择标准——要与目标客户有相通之处。这些模特承担了每年两次的作品系列发布会和特殊展示工作（如1890年晚宴礼服展示会）。

全球服装行业在相对短暂的生命周期中历经变化，现代意义上的时装行业起源于19世纪中期。1845年，英国纺织品商人查尔斯·弗雷德里克·沃斯（Charles Frederick Worth）移居巴黎，作为一位具有敏锐洞察力的商人，沃斯看到了为他的服装面料创造需求的可能性。在那之前，富有的女性雇用裁缝为她们量体裁衣，一切关于风格的创新都发展缓慢。沃斯开始为他的妻子和其他年轻女性制作别具一格的长裙，并聘请她们在公众场合展示这些衣裙以博取关注。他迅速声名鹊起，消费者大部分是地位尊贵的女士，甚至包括法国皇后欧也妮。

高级时装的诞生

很快，由于其他设计师纷纷追随沃斯的脚步，高级时装诞生了。沃斯的两个儿子加斯顿（Gaston）和让·菲利普（Jean Philippe）加入了家族的生意，1868年加斯顿参与了时装设计师行业协会的建立工作。该协会就是大名鼎鼎的“巴黎时装企业联合会”，是规范行业的权威机构。其认定的高级时装设计师必须符合以下条件：在巴黎

设有作品陈列室或工作室，至少有15个雇员，拥有私人顾客群并且每个工作室至少有1~3个试装模特，每年须举办两次包含至少35套日装和晚装的发布会。

成衣的兴起

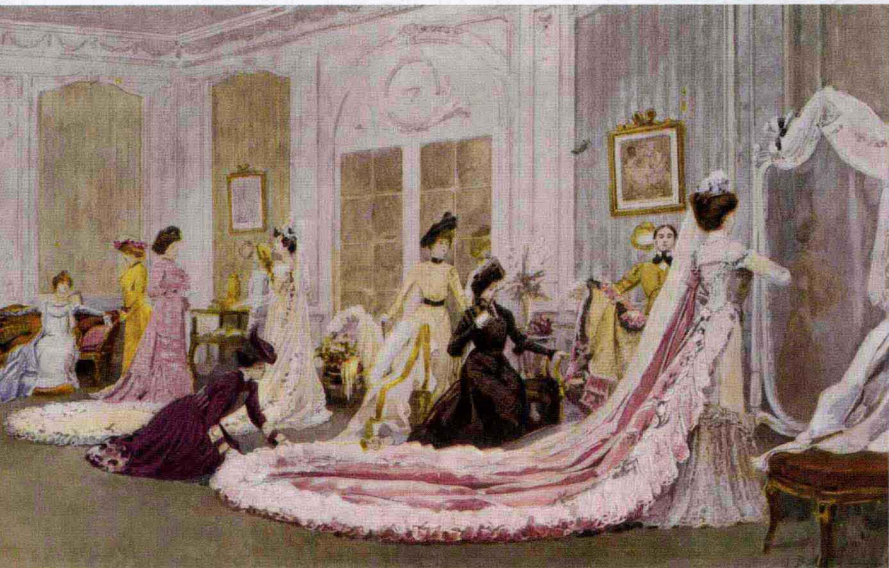
直至第二次世界大战之前，巴黎服装业在西方世界始终居于主导地位，从巴黎购置时装再进行仿制成为业界的标准操作流程。纳粹占领法国期间，许多高级时装设计师坚持营业，以提升士气和解决就业问题。即便如此，巴黎还是被迫同世界其他地区中断了联系，其他地区的时装行业只得倚靠本地有才华的设计师的设计作品。

在美国，针对本土的消费者，需要消化并改造法兰西风尚，使时装更讲求实用性而摒弃过分繁复的元素。此时，没有了巴黎时装的影响，新兴的美式审美开始着重强调成衣的混合搭配。比起巴黎风尚，美式的穿衣风格显得较为随意，并以其休闲运动感而著称。

高级时装与实用性之间的平衡

第二次世界大战后的巴黎再次发挥它作为潮流引领者的影响力，但成衣凭借自身优势在快节奏的战后时期受到持续不断的欢迎。至20世纪60年代，出现了强调朝气与活力的趋势变化，高级时装逐渐失势，取而代之的是发展迅猛的成衣业。

对于“巴黎时装企业联合会”而言，“Prêt-à-porter”^①是一个极具争议的概念。许多设计师选择同时制作高级时装和成衣，因为单纯依靠前者创造利润越来越困难了。“巴黎时装企业联合会”禁止成衣设计师申请入会——不允许他们获得严格意义上的“高级时装设计师”的身份认证，因为他们感到革新、专属性、技巧等因素不再被成衣设计师所重视。事实上，设计师继续制作高级时装是出于希望创新的诉求，也是为了使高级时装的



① 即“成衣”的法语表述。——译者注

制作技艺得以流传。

国际影响

“时装之都”一词的由来是为了表彰几个为时装行业做出贡献的国家。赢得该殊荣的米兰凭借的是高超的印花技巧、优质的羊毛面料、明艳的色彩、精准的剪裁以及华丽的手工技艺。伦敦的时装由于兼具两面性——一面是保守主义，一面是带来震撼之感的先锋主义。伦敦催生了代表20世纪60年代“年轻风貌”的艺术风格，并始终与业内传奇“英国裁缝街”(Savile Row)紧密联系。纽约则是因为其整体简约的审美观而著名，体现在畅销、实用的日常穿着。巴黎则延续着高级时装风向标的道路。虽然“巴黎时装企业联合会”被迫承认高级定制工坊可以设立在巴黎之外的其他城市，但这几乎并未削弱巴黎作为时装之都的荣光。

20世纪80年代，日本设计师开始登上巴黎时装舞台，无可避免地改变了国际时装格局，带来了关于轮廓、形象的美学新理念。20世纪80年代末期至90年代初期，日本设计师对一群崭露头角的比利时设计师产生了深远的影响，而后者对当代时装涵义的理解又随后影响了四大时装之都：纽约、伦敦、米兰和巴黎。

特许经营与营销手段

纵观20世纪60年代、70年代和80年代，由于设计师得以特许经营时装和副线产品（即定价较低但保持了设计师风格的二线产品），使得时装行业以成倍数的规模扩张。特许经营允许设计师将自己的品牌授权给其他制造商使用，这种经营模式萌芽产生于20世纪早期美容产品和香水的生产领域，到了今日才被广泛地接受。设计师授权他人使用他们的品牌，制作出售各式各样的产品（配饰、外衣、装潢材料甚至汽车），从中分得可观的利润。

起先，设计师对冠名产品的外形和质量没有给予很大重视。有的人在处理商业运作的过程中，失去了对品牌的控制权，也有人因为冠名产品质量低劣而使品牌的声誉受损。因此，此后的设计师开始对产品的各个方面加强了监管。

高超的市场营销和广告技巧，帮助设计师在日益激烈的市场竞争中脱颖而出。渐渐地，这些经营之道演变为生活方式的品牌化，即设计师旗下所有产品（包括特许经营的产品）相互关联，从而拥有了统一的品牌形象。体现在产品中的设计理念在消费中创造了价值，一种来源于产品而高于产品本身的价值。换句话说，一件普通T恤衫的价值，是它胸前文字展示的品牌的价值，而不是一件T恤衫本身的价值。

时装行业的未来

今天，许多设计师视他们的作品系列——无论是高级定制，还是成衣制作——都是赢得声誉的途径，以便日后带来最佳的销量。设计师通过风格上的创新塑造品牌形象，但实际上冠名产品对利润的获得要大于发布会上的时装系列。如果设计师没有广泛的认可度，特许经营就无法实行。

在周期完整的运作流程中，特许经营为作品系列发布会提供资金支持，而备受瞩目的时装发布会又提升了冠名产品的销量。这种商业模式意味着设计师能够不断扩大创新的范围，并且影响服装行业的未来。

第一章

名人设计师

许多设计师在成名的道路上都运用过新颖的营销手段来创造自己作品的价值。翻阅成功案例可以看到，他们营造良好品牌形象时手段高超、效果显著，比起当代的广告手段更具超前意识，这些营销策略甚至在今天也适用于许多商业领域。

个人知名度

服装、配饰、营销技巧是一个有机的整体，它们向消费者展示着寄寓于产品中的设计理念。设计师通常会把个人作品的风格包含在品牌价值中，将自己在时装界中的地位作为塑造品牌形象的利器。他们利用独特的职业优势跻身于上流社会，他们显赫的名声，在很大程度上提升了他们在消费者心中的价值。

在步入20世纪时，人们开始意识到将个人潜在的知名度转化为经济效益的重要性，譬如早期的设计师保罗·波烈（Paul Poiret），通过与其他高级时装设计师竞争来提升自身的知名度（其竞争规模用现在的标准衡量相对较小）。由于当时媒体的影响和科技发展有限，

因此波烈通过举办时装秀和游乐会的手段吸引公众眼球，通过他的客户口口相传、赞美他的作品来宣传自己。这样做的效果显著，使得在年轻富有的女性群体中，能穿着波烈设计的服装被看做是一种时髦的表现。

风格与地位

今天，服装设计师为应对国际时装市场的竞争，努力为大众呈献独具一格的时装风格和多元化的选择。卡尔·拉格菲尔德、拉尔夫·劳伦、卡尔文·克莱恩、汤姆·福特，这些设计师都善于通过提高自身知名度来推广产品。他们珍惜自己的声誉，利用媒体向普通大众宣传。设计师们力图向消费者灌输这样一种观念：如果购买了他们品牌的服装、喷洒他们品牌的香水或者模仿他们的着装风格，那么消费者的穿衣风格和社会地位都会得到认可。

品牌效应

如今，品牌效应是经济利润的重要来源。设计师用他们备受瞩目的时装秀，合力营造着

品牌形象，而消费者会从营造出来的品牌形象上得到认同感与归属感。即使消费者无力负担价格昂贵的服装，但他们可以购买手袋、眼镜、鞋、帽子、围巾、T恤衫、香水、化妆品、珠宝、内衣等一切以设计师的姓氏命名的产品。而销售这些产品所得利润，又为设计师在T台上展示自己的高级服装提供了资金来源。

品牌认知度

艾萨克·麦兹拉西是典型的“亲切的名人”设计师，麦兹拉西的目标客户群体，是那些身材无法与T台模特相媲美而又希望光彩照人的女性。艾萨克·麦兹拉西为百货公司设计服装，或者与大众化的公司联手设计服装款式，从而使他逐渐变得家喻户晓。像麦兹拉西这样的名人设计师所走的就是建立品牌认知度、塑造独有审美品位的路线。

设计师	PAGE
保罗·波烈 (Paul Poiret)	12
卡尔·拉格菲尔德 (Karl Lagerfeld)	16
拉尔夫·劳伦 (Ralph Lauren)	20
卡尔文·克莱恩 (Calvin Klein)	22
汤姆·福特 (Tom Ford)	26
艾萨克·麦兹拉西 (Isaac Mizrahi)	28